

TUGAS AKHIR
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM
SEPATU DI WEDORO DENGAN METODE
SWOT DAN QFD



OLEH:
PANJI BAGUS ALDION D.
NPM: 13320001

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2017

TUGAS AKHIR

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN P ADA UKM
SEPATU DI WEDORO DENGAN METODE
SWOT DAN QFD**



OLEH :
PANJI BAGUS ADION D.
NPM: 13320001

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2017**

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMA SARAN PADA UKM SEPATU DI WEDORO DENGAN METODE SWOT DAN QFD

Oleh:

PANJI BAGUS ALDION D

NPM: 13320001

Telah dipertahankan, dihadapkan, dan diterima Tim Penguji

Tugas Akhir

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

pada tanggal: 17 Juli 2017

Tim Penguji:

1. Lusi Mei Cahya W., S.T., M.T.

2. Dr-ing.Victor Risonarta., S.T., M.Sc

3. Bambang Sutopo, S.T., M.T.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Lusi Mei Cahya W., S.T., M.T.

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM SEPATU DI WEDORO DENGAN METODE SWOT DAN QFD

Sebagai syarat untuk memenuhi kurikulum
guna mencapai gelar Sarjana Teknik (S.T.)
di
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA

Oleh:
PANJI BAGUS ALDION D.
NPM: 13320001

Telah Disetujui,

Ketua Program Studi Teknik
Industri

Dosen Pembimbing

Albertus Daru Dewantoro, S.T.,
M.T.

Dr. Lukmandono, S.T.,
M.T.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Panji Bagus Aldion D

Program Studi : Teknik Industri

NPM : 13320001

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan Tugas Akhir saya dengan judul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM SEPATU DI WEDORO-WARU SIDOARJO DENGAN METODE SWOT DAN QFD

Adalah benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bantuan yang tidak diijinkan dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Semua referensi yang dikutip maupun dirujuk telah ditulis secara lengkap pada daftar pustaka.

Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Surabaya, 3 Agustus 2017
Pembuat pernyataan,

Panji Bagus Aldion D
NPM: 13320001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus atas segala berkat Nya yang diberikan kepada penulis sehingga Tugas Akhir dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam UKM Sepatu di Wedoro dengan menggunakan metode SWOT dan” dapat terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis menerima banyak sekali dukungan yang diberikan dari berbagai pihak, karenanya penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terwujudnya Tugas Akhir ini, diantaranya:

1. Ibu Lusi Mei Cahya W., S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Katolik Darma Cendika
2. Bapak Lukmandono selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Para Dosen Penguji Tugas Akhir.
4. Para Dosen Prodi Teknik Industri Unika Darma Cendika dan para karyawan Fakultas Teknik UKDC.
5. Ibu tercintaserita kakak dan adik yang selalu mendoakan penulis.
6. Keluarga besar dari Alm. Ayah dan keluarga Ibu atas dukungan dan semangat yang telah diberikan
7. Temanteman Teknik Industri 2013 atas semangat yang telah diberikan.
8. Keluarga Team Touring (T2) dan ZTH (Zero To Hero) Surabaya

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat untuk pihak universitas dan pembaca. Terima kasih, Tuhan ~~am~~berkati.

Surabaya, 6 April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Persamaan.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1.
1.2.Perumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	5.
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
1.5.Pembatasan Masalah.....	6
1.6.Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.UKM (Usaha Kecil dan Menengah).....	8.
2.1.1. PengertianUKM (Usaha Kecil dan Menengah).....	8
2.1.2. Permasalahan UKM.....	9
2.2.Strategi Pemasaran.....	12
2.2.1. Product(Produk).....	12
2.2.2. Price (Harga).....	14
2.2.3. Place(Tempat).....	15
2.2.4. Promotion(Promosi).....	16
2.2.5.People(orang).....	17
2.2.6.Process(proses).....	17
2.2.7.Physical evidenc(Lingkungan Fisik).....	18
2.3.SWOT.....	18
2.3.1.PengertianAnalisis SWOT.....	18
2.4.QFD (Quality Function Deployment).....	21
2.4.1. Manfaat QFDQuality Function Deployment.....	22
2.4.2. HOQ (House of Quality).....	23

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Tempatdan WaktuPelaksanaaaPenelitian.....	26
3.2Metode Pelaksanaan.....	26
3.2.1. Identifikasi Masalah.....	27
3.2.2. Perumusan Masalah.....	27
3.2.3. Peentuan Tujuan.....	28
3.2.4.Library Research(Studi Pustaka).....	28
3.2.5. Pengumpulan Data.....	28
3.2.6. Pegolahan dan Interpretasi Data.....	28
3.2.7. Kesimpulan dan Saran.....	29
BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1Pengumpulan Data.....	30
4.1.1. Wawancara.....	30
4.1.2, Penyebaran Kuesioner.....	37
4.2Analisis QFD.....	39
BAB V ANALISA DAN INTERPRETASI DATA	
5.1.Analisis SWOT.....	45
5.2.Analisis QFD.....	45
5.2.1AnalisisCustomer Needs.....	47
5.2.2AnalisisTechnical Response.....	50
5.2.3Analisis Hubungan AntaTechnical Response.....	47
5.2.4AnalisisTingkat Kepentingan dan Rating Keseluruhan.....	51
5.2.5Usulan Perbaikan.....	52
BAB VI PENUTUP	
6.1Kesimpulan.....	53
6.2.Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Analisis SWOT.....	20
Gambar 2.2	Model HOQ (House of Quality)	23
Gambar 3.	Diagram Alir Metodologi Penelitian.....	27
Gambar 4.1	Hubungan antara technical response dengan atribut-atribut customer needs.....	42
Gambar 4.2	Hubungan antara Technical Response.....	43

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan 4.1 Absolute importance.....43

Persamaan 4.2 Relative Importance.....44

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Kekuatan Dan Kelemahan Pada UKM Wedoro.....	32
Tabel 4.2. Peluang Dan Ancaman Pada UKM Wedoro.....	35
Tabel 4.3. Matriks SWOT.....	36
Tabel 4.4. Hasil Kuesioner Penelitian.....	38
Tabel 4.5. Hasil Dari Uji Validasi Pada Atribut Yang Dijadikan Untuk Customer Needs.....	40
Tabel 4.6. Hasil Tingkat Kepentingan Dan Rating Keseluruhan.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. List Pertanyaan dan rekapitulasi wawancara.....	57
Lampiran 2. Kuesioner.....	59
Lampiran 3. Perhitungan Microsoft Excel.....	63
Lampiran 4. Metode HOQ.....	64

Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important and strategic role for the economic growth of the country, both developing and developed countries. Wedoro is a village in the district of Sidoarjo, East Java became a center of shoes and sandals craftsmen whose location is bordered by Kutisari subdistrict Tenggilis Mejoyo Surabaya. The village of Wedoro is not only attractive to consumers but also a tourist attraction of these shoes and sandals. There are many factors that make the craftsmen close their stores that do not have a good strategy, and some SMEs still show shoes that are behind the current trend and more lead to product development. Marketing strategy is a manifestation of a plan that decomposes in the field of marketing. This marketing strategy has a wide scope in the field of marketing such as strategy in the face of competition, pricing strategy, product strategy, service strategy and so on. SWOT analysis is the identification of various internal factors of the company and external factors that affect the business potential and competitiveness of the company. QFD is a structured methodology used in the process of product planning and development to define the specifications of consumer needs and wants. This research will be about marketing strategy in SMEs not only using SWOT method but also will try to develop product in SME Wedoro center with QFD method. Results of alternative SWOT strategies Lina Collection: improving the model of leather shoes that have more recent models and do not miss the current trend, leather shoes with good quality and reasonable price, enhance cooperation with craftsmen in price and different from other models. There are 3 levels. The most important technical characteristics of QFD output analysis results are skin thickness (12.09), neater conditions in SME (10.57), and improved skin types and materials (10.25).

Marketing strategy, Small and Medium Enterprises (SME)
SWOT, QFD.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM SEPATU DI WEDORO DENGAN METODE SWOT DAN QFD

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Wedoro adalah sebuah desa di wilayah kecamatan Sidoarjo Jawa Timur menjadi sentra pengrajin sepatu dan sandal yang lokasinya berbatasan dengan kelurahan Kutisari kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya. Desa Wedoro tidak hanya menarik bagi konsumen tetapi juga menjadi objek wisata belanja sepatu dan sandal ini. Banyak faktor yang membuat para pengrajin menutup tokonya yaitu tidak memiliki strategi yang bagus, dan beberapa UKM masih menampilkan sepatu yang ketinggalan tren saat ini dan lebih mengarah dengan perkembangan produk. Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi promosi, strategi pelayanan dan sebagainya. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor internal perusahaan dan faktor eksternal yang mempengaruhi potensi bisnis dan daya saing perusahaan. QFD adalah metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses pemasaran dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian yang akan dilakukan ini mengenai strategi pemasaran dalam UKM tidak hanya menggunakan metode SWOT tetapi juga akan berusaha dapat mengembangkan produk di sentra UKM Wedoro tersebut dengan metode QFD. Hasil alternatif strategi SWOT UKM Lina Collection meningkatkan model sepatu kulit yang memiliki model lebih baru lagi dan tidak ketinggalan tren saat ini, sepatu kulit dengan kualitas yang bagus dan harga terjangkau, meningkatkan kerjasama dengan pengrajin dalam harga dan model berbeda dari yang lain. Ada 3 tingkat karakteristik teknik yang dianggap paling penting dari hasil analisis suput QFD adalah ketebalan kulit (12.09) lebih rapi keadaan di UKM (0.57), dan meningkatkan jenis kulit dan bahan (0.25).

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Usaha Kecil dan Menengah (UKM), SWOT, QFD.